**أصل كلمة الإستراتيجية**

أصل كلمة الإستراتيجية هو أصل يوناني Stratigos وهي جمع Strategoy والتي يقصد بها "فن قيادة الجيش" حيث كانت تعني الخطة التي توضع لحماية الوطن وهزيمة الأعداء فبقيت لوقت طويل في الميدان العسكري، ومن بين مفكري تلك الفترة "**كلاوز ويتز**" سنة 1830 أين اعتبرها بمثابة اختيار للميدان والوقت والإمكانيات للانطلاق والبدء في الحرب، ثم تم تطوير النشاط الاستراتيجي ليخرج نوعا ما من المجال الحربي إلى الاقتصاد ثم الإدارة، أما المفهوم ومجال التحليل الاستراتيجي للمنظمة لم يبدأ إلا مع بداية سنوات الستينات.

**تعريف الإستراتيجية**

لقد تعددت التعريف واختلفت حول الإستراتيجية باختلاف التخصصات التي تناولتها من جوانب عدة كل حسب تخصصه، إضافة إلى التباين من حيث الأهداف، أو الأنواع ...إلخ، وسنحاول التطرق إلى بعض هذه التعاريف.

تم تعريفها على أنها "مجموعة من القرارات الكبرى التي تتخذ من أجل التعريف بالاختبارات الهامة في الاتصال تحديدا للأهداف المرجوة وحسب الوسائل المستعملة فيه وكما هو انسجام ووضع جل الأنماط الاتصالية المؤسساتية محاولة لتحقيق الأهداف ذات المصالح العامة، كما تعرف على أنها إعداد الأهداف والغايات الأساسية طويلة الأجل للمؤسسة واختيار خطط العمل وتخصيص الموارد الضرورية لتحقيق هذه الغايات.

وعرفت من جانب آخر بأنها "خطط وأنشطة المؤسسة التي يتم وضعها بطرق تضمن إنشاء درجة عالية من التطابق بين رسالة المؤسسة وأهدافها وبين هذه الرسالة والبيئة المحيطة لتحقيق أداء المؤسسة بفعالية وكفاءة عالية"، في حين عرفها AN-Drew بأنها تشتمل على مجموعة الأهداف والسياسات الأساسية والخطط لتحقيق الأهداف.

**ما الذي تريد المنظمة القيام به، قيمها، غاياتها، أهدافها**

**ما الذي تملكه المنظمة....**

**كفاءتها، مواردها**

**ما الذي يمكن أن تقوم به المنظمة**

**(حظوظ المنظمة)**

***رسم توضيحي لإستراتيجية المنظمة***

**مفهوم الإستراتيجية الاتصالية:**

1/ عرفها pier Grigory أنها مجموعة الوسائل المتناسقة التي تسمح للمؤسسة بالتواصل مع محيطها والتأثير على جمهورها.

2/ هي فن إدارة مجموعة الاستعدادات للوصول إلى الهدف المطلوب.

3/هي مجموعة عوامل تقنية علمية مركبة على شكل مخطط هندسي تتحدد فيه الأطراف المعنية والوسائل والجمهور المستهدف والهدف وكل عنصر من هذه العناصر محدد المضمون ومرتبط ومكمل للآخر لتحقيق الأهداف.

**ولتكون الإستراتيجية الاتصالية فعالة يجب ان تشتمل على خصائص الاتصال الفعال التي نوجز منها:**

* **السرعة:** إن مدى سرعة أو بطء نقل المعلومة قد يعود إلى الوسيلة المستخدمة، وهناك بعد آخر للسرعة وهو وصول المعلومات في الوقت المناسب، لأن المعلومات تفقد قيمتها ان لم تنقل او لم تصل في وقت اتخاذ القرار.
* **الارتداد:** إذ تسهل الوسائل الشفهية والوسائل الرقمية في الاتصال من إمكانية حصول أطراف الاتصال على معلومات مرتدة تساعد على رد فعل سليم وإتمام عملية الاتصال بنجاح، أما الوسائل المكتوبة كالخطابات والمذكرات والتقارير فهي بطيئة وغير فعالة في تقديم معلومات مرتدة إلى أطراف الاتصال.
* **التسجيل:** يمكن لبعض الوسائل الاتصالية أن تحفظ في سجلات وملفات وذلك مثل الخطابات والمذكرات والتقارير ويفيد هذا في إمكانية الرجوع إليها لمتابعة التقدم في انجاز موضوعات محل الاتصال.
* **الكثافة:** تتميز بعض الوسائل بأنها قادرة على تقديم معلومات كثيفة مثل الخطابات والتقارير والأمر الذي يمكن من استخدامها في عرض المعلومات المعقدة مثل عرض الوقائع المعقدة أو الخطط أو نتائج المتابعة والرقابة، أي أنه كلما قدمت وسيلة الاتصال معلومات كثيفة كلما كان ذلك أفضل.
* **الرسمية:** إذا كان موضوع الاتصال رسميا أمكن استخدام وسائل الاتصال التي تناسب ذلك مثل إعلام الفرد بترقية من خلال خطاب، أو الاتصالات الأقل رسمية باستخدام الهاتف مثلا في التواصل بين الزملاء.
* **التكلفة:** بصفة عامة كلما كانت وسيلة الاتصال غير مكلفة كلما كان ذلك أفضل، وتشمل التكلفة الأدوات الكتابية المستعملة والمستخدمة في الطبع والبريد والهاتف وأجور العاملين المشتركين في الاتصال....إلخ.

**تعريف إستراتيجية الاتصال الداخلي:**

يمكن اعتبارها بمثابة مهارات تسيير وتوضيح وتعاون حول مختلف أشكال الاتصال الموجودة في المنظمة من أجل تلبية أهداف المصلحة العامة وتحقيقها، ويمر عبر تطوير علاقات بشرية واحتمالية بين الأفراد الطبيعيين المكونين للمنظمة من جهة، وبين نفس الأشخاص والمنظمة كشخص معنوي من خلال ممثليها الرمزيين وآليات عملها من جهة أخرى، فهي تشتمل على كل الرموز المرتبطة بتاريخها، ثقافتها، قيمها ومجال مراجعتها.

**تعريف إستراتيجية الاتصال الخارجي:**

هي خطة العمل التي تنتهجها المؤسسة وفيها تقوم بتحديد مسؤولياتها ومهامها وكل الأطر والإجراءات الخاصة بتوزيع معلوماتها مع محيطها الخارجي لتحقيق الأهداف التي حددتها، وتساعد إستراتيجية الاتصال الخارجي المؤسسة على بناء علاقات ود وتعاون مع بقية المؤسسات سواء الحكومية أو الإعلامية.. وهو ما يوسع من حلقات الدعم مع محيطها الخارجي

الكشف الداخلي للمؤسسة: ثقافة، قيم، فلسفة، تاريخ.....

الكشف الخارجي للمؤسسة: النظر لمختلف الأهداف

إدراك الأهداف

إعدادا البيانات البارزة المحفوظة للتعريف بالمؤسسة لتحقيق الأهداف المختارة

تصحيح البيانات المختارة من دراسة كل هدف اتصالي

تحديد الموضوع الأساسي لمنتج او خدمة المؤسسة

اختيار التقنيات الاتصالية الملائمة

تحديد الميزانية المناسبة

تنفيذ الرهانات

التقييـــم

***شكل يوضح إستراتيجية اتصال المؤسسة***